



MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO DE SERVICIO DE PATROCINIO PUBLICITARIO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MARBELLA A TRAVÉS DE LA PRESENTACIÓN DEL LOGO MARBELLA EN EL PROYECTO DE TEMPORADA TAURINA 2024 PARA LA REINAUGURACIÓN DE LA PLAZA DE TOROS DE MARBELLA

1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD.

La Delegación de Turismo, que es el área del Excmo. Ayuntamiento de Marbella encargada de la promoción turística, estima necesario estar constantemente en la primera línea del escaparate nacional e internacional de los destinos turísticos de calidad. Marbella tiene la base necesaria para no perder nunca su posicionamiento competitivo pero, para ello, hay que llevar a cabo una constante y diaria labor de visibilidad en todos los foros que se estimen de beneficio. En este apartado se incluye la participación del Ayuntamiento de Marbella como patrocinador en eventos de prestigio para nuestro destino.

Para ello se ha previsto llevar a cabo la reinauguración de la plaza de toros y patrocinar un proyecto taurino, que englobe dos festivales taurinos, exposiciones y actividades culturales relacionadas con la temática taurina así como encuentros con figuras del toreo.

Según la L18/2013, de 12 de noviembre, para la regulación de la Tauromaquia como patrimonio cultural. La Tauromaquia forma parte del patrimonio histórico y cultural común de todos los españoles, en cuanto actividad enraizada en nuestra historia y en nuestro acervo cultural común.

Las fiestas o espectáculos taurinos, incluyen no sólo a las corridas de toros sino un numeroso conjunto de tradiciones y festejos populares vinculados al mundo del toro, que a su vez comprenden lo que hoy entendemos por «Tauromaquia». Todo esto es signo de identidad colectiva, y ello justifica que su preservación corresponda y competa a todos los poderes públicos.

Este proyecto tiene como objetivo añadir un atractivo turístico a la ciudad ya que se espera que esta actividad lúdica tenga gran impacto en los residentes y turistas de Marbella y la costa del Sol. Además del impacto publicitario que soportará el evento a nivel nacional e internacional.

El proyecto se desarrollará en agosto de este año, teniendo como fechas claves los días de celebración de los festivales, 9 y 10 de agosto de 2024.

El patrocinio que se plantea con este expediente consistirá en publicidad de carácter indirecto denominado “retorno publicitario” originado a través de la difusión de la marca “MARBELLA” insertada en diferentes elementos y materiales oficiales del Proyecto.

Con relación a los objetivos de la campaña publicitaria que se plantea con este patrocinio se indica que:

- **El mensaje publicitario** que trasmite este evento se encuadra dentro de los objetivos que se establecen en el art. 3 de la Ley 6/2005 de 8 de abril reguladora de la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía dado que *difunde la imagen de Marbella con fines de promoción turística*, lo que justifica el motivo para seleccionar este Proyecto Taurino para el patrocinio a través de nuestro logo turístico para asociar la imagen del Excmo. Ayuntamiento de Marbella como entidad pública que representa destino turístico de calidad.





- **Objetivo** que se pretende alcanzar a través de este patrocinio:

Difundir la imagen de Marbella con fines de promoción turística a nivel nacional e internacional generando una imagen positiva de Marbella en los medios de comunicación ya que la tauromaquia forma parte de la industria cultural realizando una importante aportación económica en el sector turístico reflejándose de forma indirecta en la hostelería y la restauración.

Siguiendo las pautas marcadas por el Plan Estratégico para Grandes Ciudades de Marbella necesitamos ofrecer una oferta turística diversificada con un fuerte componente cultural de ahí, la posibilidad que ofrece este patrocinio de poder cumplir los objetivos del Plan, ofreciendo este Festival de taurino y cultural, con importantes figuras del toreo que arrastran a un gran número de espectadores.

- Es de esperar un **impacto económico positivo**, además de una **excelente repercusión mediática y de promoción turística** que se pueden obtener a través del contrato que se propone.

El atractivo de las figuras del toreo encaja perfectamente en el fenómeno económico de las superestrellas, identificado originalmente por Sherwin Rosen¹ en su estudio del enorme poder de arrastre que ostentan los “número uno” de diversos ámbitos como el deporte y la cultura.

En la misma línea, Jennifer Brown² ha analizado el desempeño de las superestrellas en relación con sus competidores y ha confirmado que sus resultados son superiores a los del resto, lo que vendría a justificar el mayor interés generado por estos “cracks”. Brown también encuentra un efecto positivo en los resultados de los competidores: medirse con las superestrellas hace que todos lo hagan mejor.

A la vista de los estudios realizados por Diego Sánchez de la Cruz³, estos hallazgos son de plena aplicación en el caso de la tauromaquia, tal y como demuestran distintos estudios referidos al poder de convocatoria y el desempeño artístico de los principales toreros del escalafón.

Se prevee que para Marbella un impacto económico muy elevado con presencia en medios de comunicación nacionales, regionales y locales así como en prensa taurina especializada. Asumiendo un valor publicitario equivalente a 2.500 € por pauta publicitaria, lo que supondría a 500.000 € de impacto económico.

Con estos datos se presume, pues, justificada nuestra participación como patrocinado en el Proyecto de Temporada Taurina 2024 para la reinauguración de la plaza de toros de Marbella, ya que será de importancia y equivalente entre las prestaciones que se plantean en él y que determina la necesidad e idoneidad de este contrato.

Con este expediente se plantea promocionar la imagen de Marbella mediante la difusión del Logo turístico del Ayuntamiento de Marbella a través de las unidades publicitarias o espacios publicitarios gestionados, *en exclusividad* para el Proyecto.

1 Sherwin Rosen, “The economics of superstars”, The American Economic Review, vol. 71, n. 5, diciembre de 1981, pp. 845-858. 2 Jennifer Brown, “Quitters Never Win: The (Adverse) Incentive Effects of Competing with Superstars”, Journal of Political Economy, n. 119, pp. 982–





1013. 3 Diego Sánchez de la Cruz en la plataforma La economía del toro han validado esta hipótesis, confirmando la efectividad de las figuras del torero tanto en lo referido a su capacidad de arrastre de un mayor número de espectadores como en lo tocante a su desempeño en el ruedo en comparación con el resto de matadores. Ver: laeconomíadeltoro.wordpress.com

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.

La UTE ARENAL MARBELLA TOROS con C.I.F. nºU16360489 ostenta la exclusividad de los derechos organización, comerciales y publicitarios para el Proyecto de Temporada Taurina 2024. La licitación de este contrato se realizará sin promover la concurrencia al amparo del artículo 168.a) 2º) de la LCSP, conforme a lo indicado en el apartado anterior, no existiendo por tanto otro licitador con dichas características que pueda ejecutar el objeto del contrato.

En concreto, el contrato se adjudicará según los artículos 131, 168.2º y 170.2 LCSP por procedimiento negociado sin publicidad, a la al ser la UTE ARENAL MARBELLA TOROS con C.I.F. nºU16360489 que ostenta la representación del así como los derechos para la organización y publicidad del PROYECTO DE TEMPORADA TAURINA 2024 PARA LA REINAUGURACIÓN DE LA PLAZA DE TOROS DE MARBELLA, de referencia en la que se integra y que está relacionado con las cuestiones que son objeto de este contrato.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA NO DIVISIÓN EN LOTES.

En relación al expediente de contratación de referencia y a lo dispuesto en el artículo 99 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, de 8 de noviembre, se justifica la no división en lotes del objeto del contrato en el hecho de que no es posible la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en mismo ya que, como se ha indicado anteriormente, la UTE ARENAL MARBELLA TOROS ostenta la exclusividad de los derechos organización, comerciales y publicitarios del PROYECTO DE TEMPORADA TAURINA 2024 PARA LA REINAUGURACIÓN DE LA PLAZA DE TOROS DE MARBELLA .

4. JUSTIFICACIÓN DEL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

Siendo la única empresa capacitada para la ejecución del contrato con LA UTE ARENAL MARBELLA TOROS C.I.F. nºU16360489 dada la tipología del contrato, para la contratación de referencia se ha establecido un valor estimado de base de SESENTA Y SEIS MIL CIENTO QUINCE EUROS, CON SETENTA CÉNTIMOS (66.115,70 €) más TRECE MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y CUATRO EUROS CON TREINTA CÉNTIMOS (13.884,30€) correspondiente al 21% de IVA resultando un total de OCHENTA MIL EUROS (80.000,00€) IVA incluido, conforme al siguiente desglose de precios unitarios:

CONCEPTO	PRECIO UNIDAD	IMPORTE €
1.500 MURALES	2,83 €	4.250,00 €
6.000 ESCAPARATES	0,26 €	1.560,00 €
60.000 FLYERS DE MANO	0,022 €	1.320,00 €
120 VINILOS PARA TAXIS (60X2)	3,00 €	360,00 €





4 LONAS FACHADA PLAZA DE TOROS	850,00 €	3.400,00 €
4 MONTAJE LONAS	1.360,00 €	1.360,00 €
200 BANDEROLAS	23,50 €	4.700,00 €
FIJACIÓN CARTELERÍA	4.800,00 €	4.800,00 €
WEB, BANERS, ENTREVISTAS MUNDOTORO	3.500,00 €	3.500,00 €
WEB, BANERS, NOTICIAS	2.000,00 €	2.000,00 €
WEBS, BANERS, NOTICIAS CULTORO	1.500,00 €	1.500,00 €
WEBS, BANERS, NOTICIAS BURLADERO TV	1.000,00 €	1.000,00 €
INSERCIÓNES DIARIO SUR	3.000,00 €	3.000,00 €
200 CUÑAS CADENA SER	9,00 €	1.800,00 €
200 CUÑAS CADENA COPE	8,50 €	1.700,00 €
200 CUÑAS ONDA CERO	7,50 €	1.500,00 €
CUÑAS Y RETRASMISIONES TAURINAS CANAL SUR RADIO	3.000,00 €	3.000,00 €
MENCIONES EN RETRAMISIONES TAURINAS CANAL SUR TV	6.200,00 €	6.200,00 €
REPARTO DE FOLLETOS EN HOTELES	2.300,00 €	2.300,00 €
EXPOSICIÓN DE PINTURA	7.000,00 €	7.000,00 €
EXPOSICIÓN TONY BENITEZ	10.000,00 €	10.000,00 €
2 ACTOS TAURINOS	4.000,00 €	8.000,00 €
ACCIÓN EN LA PLAYA	1.000,00 €	1.000,00 €
REPARTO DE FOLLETOS CRUCEROS	650,00 €	650,00 €
ACTO PRESENTACIÓN	2.000,00€	2.000,00 €
MUPIS EN MARQUESINAS (ESTACIONES TREN/AEROPUERTO)	2.100,00€	2.100,00 €
TOTAL IMPORTE CON IVA		80.000,00 €

5. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA.

Según lo establecido en los artículos 84 a 91 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, de 8 de noviembre, sobre la acreditación de la aptitud para contratar, los empresarios deberán justificar su solvencia con los siguientes criterios:

a) *Acreditación de solvencia económica y financiera.*

Volumen anual de negocios del licitador, que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas, deberá ser igual o mayor de **66.115,70 euros** (IVA no incluido). El volumen anual de negocios del licitador se acreditará por medio de sus cuentas aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil o en el registro oficial en que deban estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados en el Registro Mercantil.

Justificación del volumen anual de 66.115,70 €: Atendiendo al objeto y naturaleza del contrato y de conformidad con lo dispuesto en el art. 87 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, de 8 de



noviembre, el volumen de negocios mínimo anual exigido no excederá de una vez y media el valor estimado del contrato.

Es decir, deberá al menos acreditar la cantidad de: **66.115,70 Euros (SESENTA Y SEIS MIL CIENTO QUINCE EUROS CON SETENTA CÉNTIMOS sin I.V.A.**

b) Acreditación de solvencia técnica o profesional

Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos, cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución no sea inferior a **46.280,99 €**. Cuando le sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

Justificación del volumen anual de 46.280,99 €: Atendiendo al objeto y naturaleza del contrato y de conformidad con lo dispuesto en los arts. 91 y 90.2 de la LCSP, se establece que el importe anual acumulado en el año de mayor ejecución será igual o superior al 70 por ciento de la anualidad media del contrato.

Es decir, deberá, al menos acreditar la cantidad de: **46.280,99 (CUARENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS OCHENTA EUROS CON NOVENTA Y NUEVE CÉNTIMOS) sin I.V.A.**

6. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN.

La adjudicación de este contrato se realizará sin promover la concurrencia al amparo del artículo 168.a) 2º) de la LCSP, conforme a lo indicado en la cláusula PRIMERA del presente pliego, no existiendo por tanto otro licitador con dichas características que pueda ejecutar el objeto del contrato.

Atendiendo a que el Pliego se redacta sobre la petición realizada a Propuesta del Concejal, de que el contrato se formalice con la entidad UTE ARENAL MARBELLA TOROS con C.I.F. nºU16360489 y sin concurrencia de otros posibles licitadores, no se han seleccionado criterios de valoración de ofertas para este expediente.

La adjudicación del contrato recae sobre el precio de licitación que se ajusta a precios de mercado.

El contrato de patrocinio en exclusividad, que tiene naturaleza privada a tenor de lo dispuesto en el artículo 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, se regirá por lo dispuesto en este Pliego, en el que se incluyen los pactos y condiciones definitorias de los derechos y obligaciones que asumirán las partes contratantes. Asimismo se regirá por el Pliego de Prescripciones Técnicas, que regula las características de la prestación que es objeto del presente contrato, así como su ejecución. Para lo no



previsto en el contrato que se formalice y en los Pliegos que rigen en la presente contratación, será de aplicación:

1.- En cuanto a su preparación y adjudicación: Por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, y demás disposiciones complementarias. Supletoriamente se regirá por las restantes normas de Derecho Administrativo y en defecto de éstas, serán de aplicación las normas de Derecho Privado.

2.- En cuanto a sus efectos y extinción: Las normas de derecho privado.

El contrato de patrocinio se encuentra regulado en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, modificada por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen jurídico legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, junto con los contratos de publicidad, de difusión publicitaria y de creación publicitaria. El artículo 22 de la referida Ley General de Publicidad lo define como "aquel contrato en que el patrocinador, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinado".

7. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE NEGOCIACIÓN.

No se establecen criterios de adjudicación ya que se realizará sin promover la concurrencia al amparo del artículo 168.a) 2º) de la LCSP, conforme a lo indicado en el apartado primero, no existiendo por tanto otro licitador con dichas características que pueda ejecutar el objeto del contrato.

No obstante, para la valoración de la oferta y la determinación de la mejor oferta relación calidad-precio más ventajosa se atenderá a este aspecto de negociación:

- Post adicional en RR.SS de la Plaza de Toros alusivas a la oferta turística de la ciudad y su puesta en valor.
- Presencia de logo de Marbella en las nuevas almohadillas para la plaza de toros

8. FORMA DE PAGO.

A la terminación del evento y previa a la presentación de la correspondiente factura, se entregará un informe de presencia en medios y valor editorial del evento (CLIPPING) para así valorar la repercusión de la publicidad efectuada en términos económicos y que permita cuantificar la eficacia en la ejecución del presente contrato y que debe de tener la conformidad previa de los Servicios Técnicos Municipales.

En la factura debe de figurar el número de expediente de contratación que le corresponda y ser registrada, por parte de la empresa licitadora, a través del portal www.face.gob.es

Los códigos DIR3 que corresponden a la DELEGACIÓN DE TURISMO son los siguientes:

Oficina Contabilización	LA0010815
-------------------------	-----------





Órganos Gestores	LA0013611
Unidades Tramitadoras	LA0013611

9. JUSTIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN.

Atendiendo al objeto y naturaleza del contrato y de conformidad con lo dispuesto en el art. 202 de la LCSP, se establece como condición especial de ejecución del contrato el PAGO DE SALARIOS DEL PERSONAL ADSCRITO AL CONTRATO DE CONFORMIDAD CON EL CONVENIO COLECTIVO DE APLICACIÓN:

En la ejecución del contrato, el órgano de contratación podrá comprobar el estricto cumplimiento de los pagos que el contratista ha de hacer a los trabajadores que participan en la ejecución del contrato. A tal efecto, se establece la siguiente condición esencial de ejecución con carácter de esencial, cuyo incumplimiento será causa de resolución del contrato:

El adjudicatario deberá estar al corriente de pago de las nóminas del personal que participe en la ejecución del contrato. Se considerará que se incumple la citada condición cuando se produzca un retraso o impago en el abono de las nóminas en más de dos meses.

A tal efecto la Administración podrá exigir, junto con la factura, el envío de certificación acreditativa de que el contratista se encuentra al corriente en el pago de las nóminas de los trabajadores que ejecuten el contrato, emitida por el representante legal de la empresa.

10. JUSTIFICACIÓN DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

En relación a lo dispuesto en el artículo 30.3 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, se INFORMA:

Que el PROYECTO DE TEMPORADA TAURINA 2024 PARA LA REINAUGURACIÓN DE LA PLAZA DE TOROS DE MARBELLA se considera un acontecimiento cultural y de ocio con gran repercusión nacional e internacional además de generar un gran beneficio en la economía local, así pues, es objeto de esta licitación el patrocinio publicitario con el fin de promocionar la imagen de Marbella mediante la difusión de la imagen institucional del Ayuntamiento de Marbella con Logo turístico a través de las unidades publicitarias o espacios publicitarios gestionados en exclusividad por la UTE ARENAL MARBELLA TOROS con C.I.F. nºU16360489

Que dada la naturaleza y extensión de las necesidades que se pretenden cubrir mediante el contrato proyectado, el Ayuntamiento de Marbella no cuenta con los medios para desarrollar por sí misma el objeto del contrato.

En Marbella, a fecha de firma electrónica

La Técnica de Administración General,

